

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, D., Nasution, D., Sains, F. S., Pembangunan, U., Budi, P., & Utara, U. S. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Benefita*, 5(2), 212–224.
- Akbar, M. A., & Hasan, S. (2020). Strategi Pemasaran Sepeda Motor Bukan Baru Pada UD. Dina Motor Di Kota Bangkinang. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 2(1), 50–59.
- Alma, B. (2004). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Alshaketheep, K. M. K. I., Salah, A. A., Alomari, K. M., Khaled, A. S. D., & Jay, A. A. A. (2020). Digital marketing during COVID 19: Consumer's perspective. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 17(November), 831–841. <https://doi.org/10.37394/23207.2020.17.81>
- Anas, F., Harini, C., & Aziz, F. (2017). Marketing Strategy Through Swot Analysis On Dealer Honda Prima Jaya Abadi Branch Tembalang Semarang. *Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Pandanaran Semarang*, 207. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/923/898>
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (E. D. Lestari (ed.)). CV Jejak.
- Anugrah, R. J. (2020). Efektifitas Penerapan Strategi Online Marketing Oleh Umkm Dalam Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (Psbb) Corona Viruses Disease 2019 (Covid-19). *Jurnal MANOVA*, 2, 55–65.
- Apriyanti, M. E. (2018). PENTINGNYA KEMASAN TERHADAP PENJUALAN PRODUK PERUSAHAAN. *Ippmunindra*, 10(1), 20–27.
- Aryasmini, N. P. S. (2015). Kecenderungan Omset Penjualan Barang Elektronik Dan Furniture Pada UD R. Cemerlang Sejahtera Singaraja Tahun 2010-2014. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi*, 5, 1–11.
- Baldwin, R., & Mauro, B. W. di. (2020). The economic effects of a pandemic. In *Economics in the Time of COVID-19*. <https://voxeu.org/content/economics-time-covid-19>
- Candra, C., & OTOSIA.COM. (2020). *Penjualan Motor Semester Pertama 2020 di Indonesia Anjlok Akibat Pandemi COVID-19*. Wwww.Otosia.Com. <https://www.otosia.com/berita/penjualan-motor-semester-pertama-2020-di-indonesia-anjlok-akibat-pandemi-covid-19.html>

- Creswell, J. (2015). *Riset Pendidikan : Perencanaan, Pelaksanaan, dan Evaluasi Riset Kualitatif & Kuantitatif* (Kelima). Pustaka Belajar.
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, H. (2016). *Manajemen Pemasaran*. BPFE-Yogyakarta.
- Donthu, N., & Gustafsson, A. (2020). Effects of COVID-19 on business and research. *Journal of Business Research*, 117(June), 284–289. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.008>
- Fadly, H. D., & Utama, S. (2020). Membangun Pemasaran Online Dan Digital Branding Ditengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Ecoment Global : Kajian Bisnis Dan Manajemen*, 5(2), 213–222. <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/EG/article/view/1042>
- Hamid, A. A., Zubaedah, L. M., Irawan, A., & Nurselvy. (2021). PENYULUHAN STRATEGI PEMASARAN ONLINE DALAM MENGHADAPI PANDEMI COVID-19 DIKELURAHAN CINANGKA, KECAMATAN SAWANGAN, KOTA DEPOK. *JURNAL ABDIMAS*, 2(3), 46–53.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.
- Harsono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan* (Djumali & B. Sutrisno (eds.)). Jasmine.
- Hoekstra, J. C., & Leeftang, P. S. H. (2020). Marketing in the era of COVID-19. In *Italian Journal of Marketing* (Vol. 2020, Issue 4, pp. 249–260). <https://doi.org/10.1007/s43039-020-00016-3>
- Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian Beserta Contoh Proposal Kualitatif*. Alfabeta.
- Igo, A., Harisa, N., & Rizal. (2019). Analysis of Promotion in Increasing Sales Volume in Pt . *International Journal of Education and Research*, 7(9), 185–194.
- Indrawati. (2018). *Metode penelitian kualitatif: manajemen dan bisnis konvergensi teknologi informasi dan komunikasi* (Rachmi (ed.)). Refika Aditama.
- Kholid, A. (2015). *Promosi Kesehatan dengan Pendekatan Teori Perilaku, Media, dan Aplikasi*. Rajawali Pers.
- Khotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Koshle, H., Kaur, R., & Basista, R. (2020). Breakdown of Business and Workers

- in India: Impact of Corona Virus. *SSRN Electronic Journal*, 2(February 2020). <https://doi.org/10.2139/ssrn.3557544>
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran* (Millenium). PT Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks.
- Lestari, P. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal MANOVA*, 2(2), 23–31.
- Mahrani. (2020). *Marketing Public Relations dalam Membangun Ekuitas Merek Sepeda Motor KTM Berbasis Pelanggan*. 3(01), 75–84.
- Malta, M., Rimoin, A. W., & Strathdee, S. A. (2020). The coronavirus 2019-nCoV epidemic: Is hindsight 20/20? *EClinicalMedicine*, 20(November 2015), 100289. <https://doi.org/10.1016/j.eclinm.2020.100289>
- McKibbin, W., & Fernando, R. (2020). The Global Macroeconomic Impacts of COVID-19: Seven Scenarios. *Asian Economic Papers*, 1–55. https://doi.org/10.1162/asep_a_00796
- Mulyadi, M. (2011). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128. <https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106>
- Nitisemito, A. (2002). *Marketing*. Ghalia Indonesia.
- Ozili, P. K., & Arun, T. (2020). Spillover of COVID-19: Impact on the Global Economy. *SSRN Electronic Journal*, March. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3562570>
- Papalapu, J. P., Mandey, S. L., & Tielung, M. V. J. (2021). *MENINGKATKAN PENJUALAN SEPEDA MOTOR YAMAHA DIMASA PANDEMI COVID-19 ANALYSIS OF IMPLEMENTATION OF MARKETING STRATEGIES IN INCREASING SALES OF YAMAHA MOTORCYCLES DURING THE COVID- 19 PANDEMIC IN PT . HASJRAT ABADI YAMAHA SAMRAT MANADO*. 5, 10–16.
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Pratiwi, M. P., Suwendra, I. W., & Yulianthini, N. N. (2015). Pengaruh Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha*, 3(1).

- Puspitaningsih, D., Rachmah, S., Tinggi, S., Kesehatan, I., Mojokerto, M., & Kesehatan, P. (2020). Peningkatan Pengetahuan Dan Kesadaran Masyarakat Dalam Penerapan Protokol Kesehatan 3M Di Wilayah Pasar Kemlagi. *Jurnal Abdimakes*, 1(1), 39–46.
- Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>
- Setiawati, I. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba Umkm. *Strategi Komunikasi Pemasaran*, 20, 1–5. <file:///C:/Users/BAYU/Downloads/Documents/263-760-1-PB.pdf>
- Sholeh, R., & Huda, K. (2019). Pengaruh Kemajuan Teknologi Terhadap Volume Pejualan Ritel Di Kota Mojokerto. *Optima*, 3(1). <https://doi.org/10.33366/optima.v3i1.1253>
- Sirkeci, I. (2020). Editorial: Marketing and Consumers in an Era of Disruption Caused by Covid-19 Pandemic. *Transnational Marketing Journal*, 8(1), 1–6. <https://doi.org/10.33182/tmj.v8i1.954>
- Siswati, B. H., Marzuki, A. G., Asmi, A. R., Irawati, Hasan, K., Nuriyati, T., Awali, H., Ibrohim, I., Mawardi, Widiastuti, Marlida, S., Supriadi, Taufik, F., Fauziah, I., Gobang, J. K. G. D., Mustikasari, M., Farmawati, S. S. C., Taufikurrohman, C., Alisyahbana, T., ... Budianto, H. (2021). INTEGRASI KEILMUAN DALAM PENINGKATAN SDM UNGGUL BERKOMPETENSI SELAMA PANDEMI. In A. Wijayanto, R. R. Wandini, R. Festiawan, & N. E. Riskhayanti (Eds.), *Akademia Pustaka*. Akademia Pustaka.
- Sofjan, A. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Spradley, J. P. (2007). *Metode Etnografi*. Tiara Wacana.
- Stanton, W. J. (2008). *Fundamentals of Markeitng*. Graw Hill Book.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran, Teori dan Implementasi*. Andi.
- Sutrisno, B., & Suranto. (2017). *Dasar-Dasar Evaluasi Pembelajaran*. K-Media.
- Suwandi, J. (2017). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Muhammadiyah University Press.
- Taufik, T., & Ayuningtyas, E. A. (2020). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Bisnis Dan Eksistensi Platform Online. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(01), 21. <https://doi.org/10.33370/jpw.v22i01.389>
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Ulya Anwari, M., Khuzaini, & Setia Noor, A. (2020). *UPAYA MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN MELALUI PENGARUH KUALITAS*

PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP PRODUK SEPEDA MOTOR HONDA DI MASA PANDEMI VIRUS CORONA, STUDI KASUS CV.TRIO MOTOR TANJUNG.

- Walidin, W., Saifullah, & Tabrani. (2015). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF & GROUNDED THEORY*. FTK Ar-Raniry Press.
- Yuniati, M., Amini, R., Nahdatul, U., Mataram, W., & Masyarakat, D. B. (2020). *Analisis dampak covid – 19 terhadap daya beli masyarakat ntb*. 2(2), 362–368.